

Fachbereich Medien

Ein Volk im Kinosessel -
Betrachtungen und Hintergründe über die Faszination
indischer Filme

Mirjam Tschochner (Hrsg.)

- Bachelorarbeit -

Hochschule Mittweida (FH) – University of Applied Sciences
Technikumplatz 17, D-09648 Mittweida

Mittweida 2010

Fachbereich Medien

Ein Volk im Kinosessel -
Betrachtungen und Hintergründe über die Faszination
indischer Filme

Mirjam Tschochner (Hrsg.)

- eingereicht als Bachelorarbeit -

Hochschule Mittweida – University of Applied Science (FH)

Erstprüfer

Prof. Peter Gottschalk

Zweitprüfer

Gerlind Groß

Hamburg 2010

„Mirjam Tschochner, „Ein Volk im Kinosessel – Betrachtungen und Hintergründe über die Faszination indischer Filme“, 2010, 59 Seiten, Hamburg, Hochschule Mittweida (FH), Fachbereich Medien, Bachelorarbeit“

Referat

Die Thematik meiner Bachelorarbeit befasst sich mit der Beeinflussung der Menschen in Indien durch Filme und wie diese teils sogar ihr Leben bestimmen. Angefangen mit der Entstehung der Filme werde ich die Hintergründe beleuchten und mich näher mit der Rolle der Musik sowie dem Aspekt des Tanzes in Indien befassen.

Ziel der Arbeit ist, alle Einflüsse zu betrachten und die Faszination des Volkes zu erkennen und zu verstehen. Neben dem Begriff Bollywood werden auch die Besonderheiten des indischen Films geklärt und es wird aufgezeigt, wie groß der Unterschied zu Hollywood wirklich ist.

Im Laufe der Arbeit wird immer deutlicher, worauf es den Indern bei Filmen ankommt und was ihre Passion hierbei ist. Außerdem spielen Werbung und Kinovorschauen eine spezielle Rolle in dem Land, wo über die Hälfte der Menschen nicht lesen oder schreiben kann. Es bedarf also einiger Bearbeitung, Erläuterung und vor allem eines Blickes auf den gesamten Zeitraum der indischen Geschichte, um Kino und Kinoverhalten der Inder verstehen und begreifen zu können.

Am Ende wird der Hype um die indischen Stars und der Traum, selbst ein berühmter Schauspieler zu werden, verdeutlicht und offen gelegt. Ein ganzes Volk hat für drei Stunden die Möglichkeit, sich im Kinosessel diesen Traum zu erfüllen. Meine Arbeit soll zeigen, wie das funktioniert und ob dies tatsächlich sein kann.

Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung.....	7
2	Wissenswertes über Indien im Hinblick auf den indischen Film.....	10
	2.1 Das indische Kastensystem.....	10
	2.2 Die Rolle der Frau.....	14
	2.3 Zensur im indischen Film.....	15
	2.4 Religion und der Einfluss auf die Filmproduktion.....	17
3	Bedeutung des Kinos in Indien.....	20
	3.1 Anfänge des indischen Films.....	21
	3.2 Der Kinobesuch – Ein Ereignis.....	23
	3.3 Der Begriff „Bollywood“	26
	3.4 Hollywood vs. Bollywood.....	28
4	Besonderheiten der indischen Filmindustrie und des Films.....	32
	4.1 Wurzeln und Einflüsse.....	33
	4.2 Musik und Tanz als Basiselemente des Films.....	35
	4.3 Inhalte der Filme.....	38
5	Medien in Indien.....	42
	5.1 Kinoplakate und Werbung.....	43
	5.2 Multiplexe und Stand Alones.....	45
	5.3 Das indische Starsystem.....	47
	5.4 Der Traum vom Bollywoodstar.....	50

6	Schlussbetrachtung / Fazit.....	52
7	Quellenverzeichnis	54

1 Einleitung

„In Indien lüge ich nicht, hier phantasie ich, mache es nicht anders als seine Einwohner. Die Wirklichkeit interessiert sie nur am Rande, sie wollen Märchen, Gleichnisse, Parabeln, die viel wahrer sind als die nackten Tatsachen“ (Altmann 2007, S. 14).

Indien ist der größte Filmproduzent der Welt. Auf den weiteren Plätzen folgen Japan, die USA, China, Russland, Italien und Deutschland (vgl. Universal Lexikon, Band 5 2000, S. 364). In Indien werden rund 800 Filme pro Jahr auf den Markt gebracht. Davon sind die meisten aus den Studios aus und um Mumbai. Und die Inder lieben ihre Filme. In der Zeitschrift „epd Film“ ist z. B. zu lesen: *„Im Alltag eines Inders ist das Kino immer präsent“* und *„Karten für die Blockbuster werden auf dem Schwarzmarkt gehandelt“* (Heintze 2010, S. 20).

Diese Arbeit, die den Titel „Ein Volk im Kinosaal - Betrachtungen und Hintergründe über die Faszination indischer Filme“ trägt, soll u. a. untersuchen, warum diese Kinobegeisterung in Indien seit Jahren anhält, warum die Ablenkung von der Wirklichkeit so erwünscht ist, warum Tradition, Fantastisches und Moderne so nah beieinander liegen und wo Wurzeln und Einflüsse zu suchen sind.

Während einer Indienreise konnte ich zweimal eine Kinovorstellung besuchen. Dort erlebte ich Erstaunliches. Vor Beginn der einen Vorstellung sprang das gesamte Publikum auf, um die Nationalhymne mitzusingen. Wo gibt es so etwas? An dem vorletzten Tag in Mumbai wurde ich mit meinem Reisebegleiter auf der Straße angesprochen, ob wir als Statisten in einem der angeblich „größten und teuersten Bollywoodfilme“, so der Scout, mitmachen möchten. Was hätte Besseres passieren können? Wir gingen mit. Ich spielte also im Film

„Pyar impossible!“, was soviel heißt wie „Liebe ist möglich!“ mit. Leider war an diesem Tag keine Tanzszene oder etwas anderes Spektakuläres geplant. Wir saßen „nur“ mit anderen Komparsen in einem Konferenzsaal im Publikum. Aber es genügte, um einmal „Bollywood-Luft“ zu schnuppern. Die Kinobesuche und der Kontakt mit den begeisterten Indern genügten, um mein Interesse für den indischen Film zu wecken und nach Büchern und Zeitschriften über Bollywood zu suchen.

Auch in anderen Ländern ist Kino für die Menschen etwas Besonderes, ziehen Filme Tausende an, locken neue Techniken, interessante Drehbücher, berühmte Darsteller u. a. Der Schriftsteller Franz Kafka schrieb einmal: „Im Kino gewesen. Geweint“ (Winkler 2002, S. 33). Und doch ist in Indien alles anders.

Die Faszination jener Reise ist einer der Gründe für die Wahl des Themas meiner Bachelorarbeit. Um einen Überblick über den Aufbau dieser zu erhalten, werden kurz die wesentlichen Inhalte dargestellt.

Zu Beginn werden allgemeine Informationen und charakteristische Merkmale der indischen Tradition und grundsätzliche Besonderheiten zu lesen sein. Diese Hinführung soll es ermöglichen, den indischen Film und seine Faszination leichter nachvollziehen zu können, denn die Bedeutung des Kinos ist in Indien einzigartig und für einen Europäer und durchschnittlichen Kinogänger nur schwer nachzuvollziehen. Im Nachfolgenden Teil wird aufgezeigt, wie es zu jener Entwicklung kam, d.h. wie es die Inder schafften, ein Phänomen zu erzeugen und sich gegen die Filmmacht und den Markennamen Hollywood einen Platz zu erkämpfen. Unabhängig ob man positiv oder negativ zum indischen Film eingestellt ist, Fakt ist, dass der indische Film sich eben durch seine Andersartigkeit auszeichnet und dies immer Gegner und Befürworter nach sich zieht. So scheinen die Tanz- und Musikeinlagen, die „kitschigen“ und immer

gleichen Themen dem ein oder anderen suspekt und wenig niveauvoll, doch sind die Hintergründe einmal verstanden, lösen sich bei den meisten die Vorurteile schnell auf. Dieser Aufklärung soll der vierte Gliederungspunkt nachgehen. Wie die Inder Medien einsetzen, wo sie „ihre“ Filme sehen und vor allem, wie sie mit ihren „Helden“ umgehen, dies soll zum Ende der Arbeit aufgezeigt werden und letzte Aspekte aufdecken, die den Umgang der Inder mit ihrem Film so anders machen, der so typisch indisch und für viele doch so anders ist. Im sich anschließenden Fazit erfolgt dann der Versuch einer Erklärung, Verständnis für ein Volk und den indischen Film aufzubringen, dass das Kino hauptsächlich zu einem Zwecke nutzt: *„Die Menschen suchen die Illusion von Realität und träumen für ein paar Stunden, jemand anderer zu sein“* (Alexowitz 2003, S. 16).

2 Wissenswertes über Indien im Hinblick auf den indischen Film

Um den Film in Indien und das Phänomen des Kinobesuchs verstehen und nachvollziehen zu können, ist es erforderlich, dass in diesem Teil der Arbeit einige Besonderheiten geklärt werden, die wiederum Einfluss auf den indischen Film hatten und haben. Dazu werden in diesen einsteigenden Kapiteln die Themenbereiche Kastensystem, die Rolle der Frau, Zensur und Religion beleuchtet.

2.1 Das indische Kastensystem

Das Kino übernimmt in Indien eine Integrationsfunktion, denn es brach beispielsweise die Kastengrenzen auf. In Indien sollen ca. 3000 Kasten existieren (vgl. Uhl und Kumar 2004, S. 123). Uhl und Kumar schreiben, dass das Wort Kaste sich vom portugiesischen Wort „casa“ herleitet, was soviel bedeutet wie Farbe (vgl. Uhl und Kumar 2004, S.123). Seit langem gibt es in Indien diese eigentümliche Einteilung in Kasten. Der Begriff Kaste (das indische Wort „jāti“) - bedeutet „Geburt“, „dass, was man durch Geburt wird“. Diese Einteilung geht auf Arierstämme (Aryerstämme) zurück, die um 1500 vor unserer Zeitrechnung aus den Steppen Zentralasiens nach Indien vordrangen. Sie vermischten sich mit den Ureinwohnern, übernahmen viel von ihrer Kultur, zwangen ihnen aber ihre Sprache auf und wiesen ihnen den untersten Platz in der Gesellschaftsordnung zu, - Shudras = das dienende Volk. Eine Kaste ist eine *„Gemeinschaft von nur untereinander heiratenden Familien angeblich gleicher Abstammung, mit gleichem Brauchtum, gemeinsamen Namen und meist gleichen Beruf“* (Universallexikon Reader's Digest Band 9, S.230).

Die Arier bezeichneten die einheimische indische Bevölkerung als „Dasa“, was „Sklave“ bedeutet. Die Arier teilten die Gesellschaft in vier Klassen auf. Sie entwickelten im Laufe der Jahrhunderte ihrer Herrschaft folgende Einteilung der Kasten (Tabelle vgl. Alexowitz 2003, S. 32-33)

1	Die Brahmanen	Priester
2	Die Kshatriyas	Krieger / Adel
3	Die Vaishyas	Ackerbauern / Kaufleute / Handwerker (der Nährstand überhaupt)
4	Die Cudras / Shudras	Unterworfenen Bauern, dienende Klasse

Die Parias sind die Kastenlosen und werden in dem Klassensystem der Arier gar nicht gesondert erwähnt. Diese scharfe Trennung der Menschen in Klassen und Kasten prägt bis heute die indische Gesellschaft.

Nach 1910 bekämpfte Mahatma Gandhi diese für die Entwicklung Indiens sehr hinderliche Einteilung und damit verbundene Ungerechtigkeit. Doch erst in der Verfassung von 1948 wurde die Unberührbarkeit zwischen Angehörigen verschiedener Kasten nominell aufgehoben und ein Kastenverbot ausgesprochen. Gandhi nahm sich besonders des Schicksals der Kastenlosen an, forderte für sie Gerechtigkeit und Gleichberechtigung. Nach Abzug der Engländer wurde per Gesetz die Diskriminierung aufgehoben, die „Harijans“ – „Kinder Gottes“, wie Gandhi die Kastenlosen nannte – bekamen bevorzugt Studienplätze, konnten höchste Stellen bekleiden. Doch sind bis heute nicht alle Vorurteile überwunden. Zwar arbeiten in großen Werken Harijas und Brahmanen neben-

einander, Harijas sind Professoren und Minister. Doch die *„Kasteneinteilung ist ein elementarer Bestandteil des Hinduismus, und wenn einander fremde Inder begegnen, ist eine ihrer ersten Fragen die Frage nach der Kastenzugehörigkeit, denn davon hängt es zum Beispiel ab, ob sie gemeinsam am gleichen Tisch essen und trinken können“* (Nerlich 1983, S. 27). Und es steht außer Frage, dass sich dieses Kastendenken in der indischen Filmgeschichte widerspiegeln muss. Werke setzen sich bis heute mit diesem Thema auseinander. „Das zeigt vor allem der Stoff *„Devdas“*, der zwischen 1928 und 2002 immer wieder verfilmt wurde und der von der Liebesgeschichte eines Paares handelt, das aufgrund des Kastenverbots nicht zusammen leben darf. Auch der für den Oscar nominierte Film *„Lagaan“* (2001) zeigt diese Ausgrenzung Kastenloser (Unberührbarer) aus der indischen Gesellschaft“ (Alexowitz 2003, S. 32).

In der Literatur wurden keine weiteren Filme konkret genannt. Doch Belege für ausgefeilte, sich auch verändernde Strukturen, gab es reichlich. Da spielt auch die Hautfarbe eine Rolle, denn „der Ursprung der Klassengesellschaft lag in der Sorge der Aryer, sich mit den dunklen Ureinwohnern zu vermischen (s.o. *„casa“* = Farbe). Der Dunkelhäutige sollte isoliert und dienstbar gemacht werden. Es entstand die Gruppe der Kastenlosen, der Unberührbaren und Ausgestoßenen, dalits“ (Alexowitz 2003, S.34). Auch heute noch haben Personen mit dunkler Hautfarbe weniger Chancen auf dem Heiratsmarkt.

Auf dem Lande ist das Kastendenken mehr denn je verbreitet. Es haben sich Unterkasten (jati) gebildet. Das sind Berufs- und Interessengruppen. Es soll ca. 25000 geben (vgl. Alexowitz 2003, S. 34). Sie sind von Region zu Region noch unterteilt, ein kompliziertes Hierarchiesystem.

Auch durch Religionswechsel verändert sich die Kasteneinteilung nicht. Wer zum Christentum konvertiert, bleibt ein Brahmanen-Christ oder Shudra-Christ. *„Die Zugehörigkeit zu Kaste und Religion erkennt man meist am Nach-*

namen, Herr Biswas zum Beispiel wäre ein bengalischer Shundra, Frau Chatterjee eine bengalische Brahmanin“ (Alexowitz 2003, S.35). Das geht allerdings nicht bei allen Namen und soll deshalb nur beispielhaft genannt werden.

Auch für die Hindifilme müssen Drehbuchautoren die richtige Namensgebung bedenken, denn indische Kinogänger können daraus den sozialen Status der Heldinnen und Helden oder auch die Religionszugehörigkeit ableiten:

Vornamen	Religion / Status
Amar	Ein Hindu
Akbar	Ein Moslem
Anthony	Ein Christ
Sharma	Status eines Brahmane
Khan	Status eines Moslem
Singh	Status eines Sikh

In den heutigen Großstädten Indiens findet eine Vermischung statt, denn in der Arbeitswelt kann man sich nicht mehr nur auf den angeborenen Status berufen. Besitz, Einkommen, Ausbildung sind entscheidende Faktoren. Auch die Arbeitslosigkeit fordert Opfer.

„Heute kann ein Brahmane in Armut leben oder etwa als Koch, Wäscher oder Fremdenführer seinen Unterhalt verdienen, während Mitglieder unterer Kasten wie die Vaishyas (Kaufleute oder Händler) im Allgemeinen wirtschaftlich am besten situiert sind“ (Alexowitz 2003, S.37). Auch in Künstlerkreisen gab es Veränderungen. Künstler kamen meist aus den unteren Klassen. Im Leben wie im Film, ist dieser Kampf zwischen Traditionellem und Modernen immer öfter ein Thema.

2.2 Die Rolle der Frau

Frauen werden in Indien von jeher in drei unterschiedliche Rollen eingeordnet:

die Tochter (Beto)

die Mutter (Ma)

die Ehefrau (Patni)

Der Film ergänzt und wandelt diese Rollenvorstellungen um in:

„das heiratsfähige Mädchen,

die liebende Mutter,

die treue Frau, den Vamp und die gebildete moderne Frau“

(Uhl und Kumar 2004, S. 142).

Diese modernen Frauen tragen dann häufig den Namen Mary oder Rosi, was sich doch sehr von dem unterscheidet, was typische bzw. traditionelle Frauennamen in Indien sind. In Indien und auch in vielen anderen Ländern ist die Hochzeit das Ziel einer Frau bzw. soll es sein. Dies verkörpert die, wie Uhl und Kumar es schreiben, „Standardrolle“ (Uhl und Kumar 2004, S. 141). Sie zitieren in ihrem Werk das weibliche Geschlecht im indischen Film nach M. Pendakur: *„Frauen sind normalerweise die Verzierung auf dem Kuchen – die die traditionellen Tugenden aufrechterhalten: Jungfräulichkeit, Hingabe zu Gott und Familie und die Dienstbereitschaft gegenüber dem Mann“* (zitiert nach Pendakur in Uhl und Kumar 2004, S. 141f).

Zu Anfang des vorigen Jahrhunderts war es beim indischen Theater und Film üblich, dass Frauen aus den unteren Kasten die Frauenfiguren spielten, denn man stellte sich vor Männern dar und das war für Damen aus gutem Hause gesellschaftlich nicht tragbar. Erst in den 20er Jahren kamen auch Frauen aus der gebildeten Schicht zum Film.

„Zunächst waren dies Frauen mit nicht hinduistischem Hintergrund. Erste Filmschauspielerinnen waren die Jüdin Ruby Meyers, die unter dem Hindunamen „Sulochana“ bekannt wurde, und die Christin Glorious Gohar, die wegen ihres eleganten Stils die Herzen der Zuschauer eroberte. Beide spielten in mythologischen und sozial orientierten Filmen. Sulochana war Indiens erster weiblicher Filmstar [...]“ (Alexowitz 2003, S.120)

Die indische Moralvorstellung orientiert sich vielerorts an diesen Ansichten (besonders in den ländlichen Regionen), doch der Film und die modernen Lebensweisen einiger Inderinnen zeigen, dass es auch anders geht. Es wird zum Beispiel kaum noch der Sari getragen, nur bei Hochzeiten oder wenn traditionelle Feste zelebriert werden, kommt er zum Einsatz. Im Film ist es die selbstbewusste Frau, die sich ihre Ziele individuell setzt und diese verwirklichen möchte und dies schafft ohne geächtet zu werden.

2.3 Zensur im indischen Film

Zensur spielt bis heute im indischen Film eine große Rolle. Zwar gibt es kein „explizites Verbot von Kussszenen“ (Uhl und Kumar 2004, S. 130), allerdings sind sie sehr selten und / oder werden lediglich angedeutet. „Die Darstellung von exzessiven Liebesszenen, sexuellen Vorgängen und Begebenheiten, die unmoralisches Verhalten nahe legen“ (Uhl und Kumar 2004, S. 130) sind schriftlich als Verboten festgehalten.

1918 wurde in Indien in Anlehnung an den „British Code of Censorship“ der „Indian Cinematograph Act“ gegründet, der von nun an „Zensurmaßnahmen“ aussprach und „die Vergabe von Kinolizenzen regelte“ (Uhl und Kumar 2004,

S. 131). Auch Tiber schreibt davon, dass es ein explizites Kussverbot nicht gibt. Allerdings gibt es noch aus der britischen Kolonialzeit stammende Zensurbestimmungen, die „*excessivley love scenes, indelicate sexual situations und scenes suggestive of immorality*“ (Tiber 2007, S. 39f) verbieten. Westliche Filme, in denen „anrühige“ Szenen zu sehen sind, werden nur selten geschnitten, da sie mit der westlichen Lebensweise verknüpft werden und als angebracht erscheinen. Im Gegensatz dazu, werden im indischen Film schon manchmal Händchenhalten oder vorsichtiges Umarmen als „*Verstoß gegen die öffentliche Ordnung betrachtet*“ (Uhl und Kumar 2004, S. 130).

Der indische Film hat Möglichkeiten gefunden mit den offiziellen und inoffiziellen Zensurbestimmungen umzugehen. Im Folgenden soll nun der Umgang mit dem Kussverbot und die „Wet sari Scene“ näher betrachtet werden.

Nach M. Prasad sind es genau drei Möglichkeiten, um eine Kussszene im Film darstellen zu können:

1. Fade out – Die nach Prasad wohl aufgeklärteste Form, denn der Kuss wird nicht verhindert, sondern lediglich nicht gezeigt

2. Eine weniger aufgeklärte Variante ist die, wo das Kussverbot als „kulturelle Wahrheit und Verpflichtung thematisiert [wird.], Filme also, in denen die Richtigkeit des Kussverbotes unterstrichen wird [...], die zeigen, dass [Inder] „so etwas“ nicht machen [...], nur in Filmen, die außerhalb Indiens spielen“ (Tiber 2007, S. 40).

3. Der Kuss wird versteckt gezeigt. Die Protagonisten küssen sich beispielsweise hinter einem Baum. Hier sind der Fantasie keine Grenzen gesetzt (vgl. Tiber 2007, S. 39f).

Das „indische Kino [...] hat Strategien entwickelt, um [...] den weiblichen Körper als visuellen Stimulus einzusetzen“ (Uhl und Kumar 2004, S. 131). Tanzszenen sowie Traumszenen eignen sich hervorragend, um Assoziationen

hervorzurufen. Der weibliche Körper gilt in Indien nackt weniger erregend als verhüllt. Uhl und Kumar merken in diesem Zusammenhang an, dass diese „zentrale Hintergrundannahme“ allerdings nicht *„mit der Abwesenheit von Pornographie im Lande gleichgesetzt werden darf“* (Uhl und Kumar 2004, S. 131). Die *Wet sari Szene* ist sehr beliebt beim indischen Film, fast obligatorisch und ersetzt sozusagen die Sex Szenen. *„Ob durch Regen, Baden oder sonstige Umstände verursacht, wird der Sari der Protagonistin nass. Dadurch ist ihr Oberkörper, sprich ihr Busen besser zu sehen“* (Tiber 2007, S. 38).

2.4 Religion und der Einfluss auf die Filmproduktion

Indien ist multi-ethisch, multi-lingual und multi-religiös. Es beheimatet die Religionen der Hindus, Muslime, Sikhs, Jains, Parsen, Christen und Buddhisten. Die Hindus und Muslime bilden dabei die größten Glaubensgemeinschaften mit 82% und 10% der Bevölkerung. Doch aus dieser Vielfalt entstehen nicht nur kulturelle Vorteile, sondern auch Ausschreitungen und Massaker (vgl. Uhl und Kumar 2004, S. 134f).

Entwicklungsgeschichtlich gab es in Indien mehrere Phasen der Religion. Die älteste ist die Vedische Religion – ein Glaube an mehrere Götter, ohne einen höchsten Gott. Sie ging über in den Brahmanismus, die zweite Phase der indischen Religion. Einem unpersönlichen Gott Brahma wurden die anderen untergeordnet. Charakteristisch in dieser Phase waren weiterhin eine scharfe Scheidung der Kasten und ein Opferdienst zur Verehrung des Gottes (vgl. Brockhaus Bd. 16, S.183).

Von grundlegender Bedeutung für die Weiterentwicklung der indischen Religion ist die Lehre von der Seelenwanderung. Sie besagt, dass der Mensch

sofort nach seinem Tode wiedergeboren wird und das es von seinen Taten abhängt, was aus ihm wird. Keiner weiß, in welcher Gestalt er wieder das Licht der Welt erblickt, als Heiliger, als Unberührbarer, als Lasttier oder Käfer. So erklärt sich die Ergebenheit der Gläubigen in ihr Schicksal. Die bessere Stellung ist wohl verdient durch gute Taten im vorigen Leben. Andere dulden ihr Schicksal, da sie den Fluch böser Taten ernten (vgl. Brockhaus Bd. 3, S. 363, 364).

Die dritte Phase der indischen Religion, der Hinduismus, wird charakterisiert durch die Ausbildung der Gottheiten Chiva und Vishnu und Brahma wird als dritter beigefügt: Brahma ist der Schöpfer, Vishnu der Erhalter und Chiva der Zerstörer. Diese Dreieinigkeit des Hinduismus, die Trimürdi, ist Dogma für alle Sekten. In ihren Hauptzügen ist diese Religion bis heute die herrschende in Indien (vgl. Brockhaus Bd. 298).

Eine Sicht des Hinduismus ist die traditionelle holistische, welche besagt, „dass die soziale Klassifikation, die man durch die Geburt in eine Kaste erfährt, nur durch die Geburt in eine andere Kaste im wohlgeordnet nächsten Leben verändert werden kann“ (Uhl und Kumar 2004, S. 137). Um diesem Kastensystem zu entkommen, wechselten viele zum Buddhismus. Allein im Jahr 1956 wechselten 200.000 Angehörige der niedrigsten Kaste zum Buddhismus. Somit umgingen sie die Unterdrückung und Stigmatisierung (vgl. Uhl und Kumar 2004, S. 137).

Der Hinduismus nutzt kein Gotteshaus, wie die Christen oder die Muslime beispielsweise. Hier spielt die Familie und die eigene Kaste die zentrale Rolle.

„Im metaphysischen Zentrum des Hinduismus steht der Begriff Dharma, der sich auf das kosmische Level bezieht, auf das, was sich selbst erhält und keiner Verursachung bedarf. Dharma bedeutet aber auch universelles Gesetz, das sich auf die Moral, die Rituale und das soziale Leben bezieht. Dabei existiert

für jede Kaste ein eigenes Dharma. Allem zugrunde liegt das Konzept des Karmas, der Auswirkungen der eigenen Taten. Ein gutes Karma führt zu einer besseren Wiedergeburt. „Die vier Größen im Leben eines Hindu sind „Dharma“, „Artha“, „Karma“ und „Moksha“. „Artha“ bezieht sich auf das richtige Verhalten in der Alltagswelt und Wirtschaftswelt. „Karma“ ist die Verfolgung von Liebe und Genuss. „Moksha“ bezeichnet die Erlösung aus dem Kreis der Wiedergeburt“ (Uhl und Kumar 2004, S. 135f).

Der Hinduismus bezieht sich auf kein einzelnes Werk, wie zum Beispiel die Christen auf die Bibel. Vielmehr beziehen sie sich auf mehrere. Die Veden, die ältesten religiösen Schriften, gehen in die Zeit um 3.000 vor unserer Zeitrechnung zurück. Weiterhin gibt es die großen Epen „Mahabharata“ und „Ramayana“. Aus ihnen *„lernen die Menschen die idealen Regeln des Verhaltens“* und *„den Unterschied zwischen richtig und falsch“* (Uhl und Kumar 2004, S. 136).

Der Glauben ist auch Thema des indischen Films. Religion ist in Indien allgegenwärtig. Sie ist Bestandteil des alltäglichen Lebens, also auch des Filmes. Besonders wird dies in Filmen durch Pujas (die rituelle Verehrung von Göttern), Andachtszeremonien und auch Gebetszeremonien deutlich, speziell, wenn Gäste oder Familienmitglieder ankommen oder wieder gehen (vgl. Uhl und Kumar 2003, S. 138).

3 Die Bedeutung des Kinos in Indien

„Masala“ ist eines der wichtigsten Worte, wenn es um die Bollywoodfilme geht. Es ist eigentlich der Begriff für eine Gewürzmischung. Und ist die Bezeichnung für eine bestimmte Art, eine bestimmte Thematik von Bollywoodfilmen. Die Filme müssen dem Geschmack der Zuschauer gefallen und da bedarf es einer bunten Mischung aus Gefühlen, Tanz und Sinnesfreude.

Indienkenner können sicher die Äußerung der Fotografin Dayanita Singh anschließen:

„Das Kino ist unsere zweite Religion, in manchen Fällen sogar unsere erste Religion. [...] Der Film formt unsere Vorstellungen von Schönheit, Liebe und von den Beziehungen zwischen Menschen. Ich denke nicht, dass das Kino irgendwo sonst auf der Welt eine so große Bedeutung hat wie in Indien. [...]“ (Singh 2001, S. 78)

Doch eine Kontroverse ist im Gegenzug die Frage der Autorin Myriam:

„Wie kommt es nun, dass in einem Land mit solchen sprachlichen, religiösen und kulturellen Differenzen der populäre Hindifilm die dominante Form der Unterhaltung geworden ist?“ (Alexowitz 2003, S. 21). Alexowitzs Antwort: *„Die Genialität der populären Bollywoodfilme besteht darin, dass sie eine multikulturelle und kosmopolitische Atmosphäre erschaffen, in der gravierende Unterschiede, wie Kaste, Religion, Kultur und Sprache überwunden werden“* (Alexowitz 2003, S. 21).

Uhl und Kumar schreiben, dass der „populäre Film [...] eine entscheidende Rolle bei der Entstehung eines indischen Selbstbewusstseins“ (Uhl und Kumar 2004, S. 122) spielte. Weiter heißt es: *„Die öffentlichen Vorstellungen von Heldentum, Pflicht, Mut, Modernität, aber auch Konsum und Glamour speisen sich aus Geschichten, die im Kino erzählt werden“* (Heintze 2010, S. 122).

Vielleicht kann es helfen die Faszination Bollywood nachzuvollziehen, wenn die Anfänge des indischen Films betrachtet werden und der Kinobesuch an sich als Erlebnis geschildert wird.

3.1 Die Anfänge des indischen Films

1896 wurde in Mumbai der Kinematograph vorgestellt und sechs Kurzfilme gezeigt (vgl. Alexowitz 2003, S. 40). Als echter „Vater des indischen Kinos“ wird Dadasaheb Phalke bezeichnet. Über ihn wird in der Zeitschrift GEO EPOCHE Das Magazin für Geschichte, Ausgabe Nr. 41 berichtet. Er, der arbeitslose Maler, Lithograph, Zauberkünstler, Bauzeichner und Porträtfotograf wird im Jahre 1911 von einer Kunst, die er vorher noch nie gesehen hatte, in einen magischen Bann gezogen. Er sieht zum ersten Mal in seinem Leben einen *cinematographen* und eine Leinwand. Geschäftsleute aus aller Herren Länder leben in der Metropole Bombay. Die Händler verbringen ihre Tage in den Büros und auf den Marktplätzen, das war schon immer so, - nachts wollen sie ihre Arbeit jedoch vergessen. Es gibt ein neues Vergnügen: das Kino. Amerikanische, englische, französische Kurzfilme werden vorgeführt. Phalke sieht in seiner ersten Vorstellung „The Life and Passion of Christ“ und fühlt sich noch während des Films dazu berufen, einen solchen Film für seine Götter zu erstellen. Er sagte selbst, dass ihn während der Vorstellung ein merkwürdiger Zauber erfasste und nun will er seinen Traum verwirklichen. In den nächsten zwei Monaten schaut er sich alle Filme an, die in Bombay vorgeführt wurden. 1912 beginnt Phalke mit den Dreharbeiten über *„die Geschichte des mythischen Königs Harishchandra und seines Strebens nach Wahrheit und Pflichterfüllung, das ihn so weit bringt, sein Königreich zu opfern und seine Frau und seinen Sohn in die*

Sklaverei zu verkaufen“ (Stock 2010, S.107). Am Ende hat er fast eine Stunde Filmmaterial zusammengeschnitten und seinen Traum vom lebendigen Indien auf der Leinwand fertig gestellt. „Raja Harishchandra“, so ist der Titel des Films, ist ein Riesenerfolg und rührt das Publikum zu Tränen. Er läuft sechsmal länger in den Kinos als die westlichen Filme. Phalke verfilmt noch weitere Geschichten aus der indischen Mythologie und die Zuschauer stürmen mit Freude die Kinokassen. Viele Menschen sehnen sich auch nach diesem Erfolg und tun es seiner Filmkunst gleich. Es gibt Nachahmer in den Städten Kalkutta, Mandras, aber vor allem in Bombay. Im Land herrscht ein Gefühl der Zusammengehörigkeit und Einheit „und es sind die ersten Bilder einer Kunst, die Indien verändern wird“ (Stock 2010, S. 106).

Es ist die Zeit, in der Indien noch von England beherrscht wird. Die englische Königin Viktoria ist seit 1877 dort Kaiserin (vgl. Wissen Band 9, S. 2688f). Die Briten entwickelten die Landwirtschaft und den Anbau von Baumwolle, bauten Eisenbahnen, Straßen, Brücken, führten das englische Rechts- und Bildungssystem ein und „schufen einen riesigen Verwaltungsapparat, der sich im Laufe der Zeit zur größten Bürokratie der Welt entwickelt hat (Alexowitz 2003, S. 20). Jedoch blieben die Briten für die Inder Fremdlinge. Seit 1915 führte Mahatma Gandhi die Unabhängigkeitsbewegung in Indien (vgl. Wissen Band 9, S. 2688f) mit dem Ziel, dass sich „die Bewohner unabhängig von ihrer Religion und ethnischen Zugehörigkeit selbstbewusst als „Inder“ fühlen konnten“ (Alexowitz 2003, S. 21). Doch für die meisten Bewohner Indiens traf noch zu dieser Zeit der moderne Nationalbegriff „Indien“ auf Unverständnis, da sie sich eher mit ihrer Kaste und ihren Bezirk identifizierten (vgl. Alexowitz 2003, S. 21).

3.2 Der Kinobesuch – Ein Ereignis

Wer einmal in Indien war und dort ein Kino aufgesucht hat, weiß, dass ein Kinobesuch das Freizeitvergnügen Nummer eins ist. Es wird geschätzt, dass es rund zwölf bis fünfzehn Millionen Kinobesucher pro Tag in Indien gibt, das entspricht ein Prozent der Bevölkerung. Im Land verteilt gibt es ca. 13000 Kinosäle. Die Kinogebäude stammen oft noch aus der Kolonialzeit und sind auch ohne das Betreten des Inneren eine Besichtigung wert (vgl. Uhl und Kumar 2004, S. 11-13). Vor dem Kino befinden sich meistens zwei Kassen, die am Abend einer Vorstellung belagert werden. In vielen Einrichtungen ist eine Kasse für die laufenden Vorstellungen und die andere für den neu erscheinenden Film. Es kommt auch vor, dass eine Kasse für die männlichen und eine für die weiblichen Besucher geöffnet hat. Hat sich dann jeder gesittet an welcher Art von Kasse auch immer, zum Ticketschalter vorgearbeitet, fällt die Wahl zwischen Rang oder Parkett erstmal schwer, wie in Deutschland bei einem Theaterbesuch. In einer Kinoschlange geht es viel gesitteter zu als an einem Ticketschalter für Zug oder Bus. Möchte man sich nach einer ergatterten Eintrittskarte jedoch ins Gebäude begeben, benötigt ein jeder seine Ellenbogen, um sich einen Weg zu bahnen. Hier wird nämlich umso mehr geschubst und gedrängt. Meist besorgt man seine Karte allerdings schon im Voraus, da sonst die Gefahr bestünde am Abend der Vorstellung gar keine Eintrittskarte oder gar einen schlechten Sitzplatz zu bekommen. Das Karten–kaufen–im–Voraus hat auch den Vorteil, dass man sich eine lange Wartezeit erspart. Natürlich kann das auch davon abhängig sein, wie lange der Film schon im Kino läuft. Wenn ein Film gezeigt wird, ist der Saal fast immer bis auf den letzten Platz ausverkauft, zumindest in der niedrigsten Preisklasse. Dann sitzt man direkt vor der Leinwand, was als „lower stall“ bezeichnet wird. Etwas weiter hinten befindet

man sich dann im „higher stall“ und die Mittelklasse sitzt im „balcony“. In Indien ist es völlig egal, ob man einen Film bereits im Kino gesehen hat, man wird einfach nicht müde, ihn sich wieder und wieder anzusehen. Abhängig davon, wie lange ein Film schon läuft, zeichnet sich die Stimmung im Saal ab. Hat man sich für die Erstaussstrahlung eine Karte besorgen können, das gilt besonders unter dem jüngeren Publikum, gilt man als sehr angesehen. Es ist ein Privileg als „Erster“ einen Film zu sehen. Die Preise für eine Vorstellung sind vom Kino, Sitzplatz und Film abhängig. Mit 25 und 60 Rupien für ein normales Kino in dem ein Bollywoodfilm gezeigt wird, kann man rechnen. Für einen westlichen Film bezahlt man etwa 25 Rupien mehr. In einem Multiplex Kino kostet der Eintritt zwischen 100 und 150 Rupien. Dies entspricht ca. einem Wert von 2-3 Euro¹. Diese Anstalten sind noch nicht soweit verbreitet. Es gibt erst etwa 12 solcher Kinos in ganz Indien. Betritt man dann das Gebäude, stellt man fest, dass es von innen meist noch faszinierender ist als von außen. Wandmalereien, bunte Teppiche und riesige Säulen warten in einem extrem klimatisierten Foyer auf den Besucher. Mit Taschenlampen helfen wegweisende Platzanweiser in dem abgedunkelten Saal seinen Platz zu finden. Meist finden dreimal am Tag Vorstellungen statt, mittags, am späten Nachmittag und am Abend. Das hat mit der Länge der Filme zu tun. Ein Bollywoodfilm hat eine Länge von ca. drei bis dreieinhalb Stunden inklusive Pause. Bis der Film beginnt, wird der Zuschauer mit Werbung bei Laune gehalten. Werbung bedeutet in Indien, dass mit Dias für bestimmte Produkte geworben wird. Später werden diese von Werbefilmen abgelöst. Danach folgt ein Dokumentarfilm, der für jedes Kino Pflicht ist, da er vom Staat vorgeschrieben wird. *„Der im Zweiten Weltkrieg eingeführte obligatorische Vorfilm wurde beibehalten und dient seit diesen Tagen der geistigen und*

¹ Bei dem monatlichen Durchschnittsgehalt eines Inders von 600 Rs., das entspricht ca. 10 Euro (Fiedler und Swantje, 2010)

moralischen Erbauung derer, die eigentlich unterhalten werden wollen“ (Tiber 2007, S. 127). Selbstverständlich dürfen auch in Indien die Trailer nicht fehlen, die dem Zuschauer zeigen, welche Filme in nächster Zukunft laufen (vgl. Uhl und Kumar 2004, S.11). Beginnt dann endlich der Hauptfilm, erkennt man als ausländischer Zuschauer, wie lange der Film schon ungefähr in den indischen Kinos läuft und vor allem wer ihn bereits gesehen hat. Der Kenner spricht Dialoge mit und stimmt sogleich in die Songs ein. Wenn ein Hauptdarsteller zum ersten Mal im gezeigten Film auftaucht, wird er mit tosendem Beifall begrüßt. Ein Regisseur weiß natürlich von diesem Phänomen und inszeniert solche Auftritte applausgerecht. Der Schauspieler wird per Slowmotion, Windmaschine und mit entsprechender Musik unterlegt ins Bild geschickt, so dass die Figur erst einmal auf den Zuschauer wirken kann. Der eingeweihte Zuschauer lässt es sich natürlich nicht nehmen die Handlung zu dokumentieren und lauthals mitzusingen. Diese Art des interaktiven Zuschauens wird in dem Film *„Salaam Bombay“* (Mira Nair) thematisiert. Der Junge, der es sich nicht nehmen lässt einen Song dermaßen laut mitzusingen, erhält vom genervten Hintermann sogleich eine Schelle. Die Freunde des Jungen können das nicht verstehen, da sie doch für den Film genauso viel gezahlt haben wie der Schläger. *„Kino ist in Indien ein Mitmachereignis“* (Uhl und Kumar 2004, S. 14). Es ist etwas Besonderes nicht nur den Schauspielern beim Spiel zuzusehen, sondern selbst eine Rolle zu verkörpern und der Teil der Geschichte zu sein. Wie erfolgreich ein Film war, ist am Alltagsleben zu erkennen. Die Tänze und Songs, Sprüche und sogar das Verhalten mancher Helden wird sogleich auf den Straßen sichtbar. Bei jeder Vorstellung wird eine Pause gemacht, auch wenn der Film eigentlich gar keine Pause vorgesehen hat, wie es bei den meisten westlichen Filmen der Fall ist. Also sucht der Filmvorführer eine mehr oder weniger glückliche Stelle aus und setzt dort den Break. Nach der Pause kann jeder Zuschauer weiter

seine eigenen kleinen Feste feiern, die Sympathie für den Helden kund tun, Buhrufe für den Bösewicht hinausschreien oder unter Tränen dem Happyend entgegenfiebern. Nach dem Film und noch während des Verlassens des Kinos wird der Film resümiert und die besten Szenen, Sprüche des Hauptdarstellers und Lieder ausgewertet. Noch am selben Abend wird der Familie und den Freunden von dem Erlebnis erzählt. Die Daheimgebliebenen wollen natürlich alles erfahren und teilhaben an dem Erlebten.

„Der Grund, sich in Indien in ein Kino zu begeben, sollte aber nicht nur der Wunsch sein, sich den Gepflogenheiten des Landes anzupassen. Vielmehr erhält man so eine Chance, sich auf eine audiovisuelle Reise zu den Wünschen, Träumen und Phantasien der hier lebenden Menschen zu begeben“ (Uhl und Kumar 2004, S.12)

Das die Filme in der Sprache Hindi laufen und nur weniger als die Hälfte der Menschen genau verstehen, was eigentlich genau gesagt wird, ist im indischen Kino nichts Besonderes. In einem Bollywoodfilm ist die Sprache etwas Nebensächliches. Ich habe es erlebt und ich weiß, man versteht einen Film auch allein durch die Bilder.

3.3 Der Begriff Bollywood

Ein Journalist in den 80er Jahren benutzte zum ersten den Begriff „Bollywood“. Er schrieb für die indische Zeitschrift „Cineblitz“ (vgl. Alexowitz 2003, S.18). Andere Filmkritiker verwendeten den Begriff jedoch nicht, *„weil sie glaubten, man würde damit Hollywood und Bollywood in einen gemeinsamen Topf*

werfen und dann behaupten, dass Konventionen und Stars austauschbar seien“ (Alexowitz 2003, S18). Heute hat sich der Begriff Bollywood – Pestal bezeichnet in als „Dachbegriff“ - jedoch etabliert und wird nicht mehr mit dem negativen, unrealistischen Kitsch in Verbindung gebracht. Es kursieren auch Bezeichnungen wie „All Indian Cinema“, „Mainstream Hindi Movie“, „Indian Popular Cinema“, „Volkstümlicher indischer Film“ oder „indischer Kommerzfilm“ (Pestal 2007, S. 27). Dass sich der Begriff Bollywood etabliert hat, muss inzwischen deutlich geworden sein. Allerdings ist bei der Verwendung des Begriffs zu wissen, dass Bollywood nicht Bollywood heißt, weil sie sich mit Hollywood vergleichen oder gar messen wollen. Der Begriff entstand, weil die kommerziellen Hindi – Produktionen ihr Zentrum in Bombay (das heutige Mumbai), der Hochburg des Films, hatten. Es wird aber nicht nur in der Metropole produziert. In Chennai, Madras und Pune beispielsweise wird auch fleißig gedreht. 2001 wurden in Indien 1000 Filme produziert (vgl. Pestal 2007, S. 26). Die Abnehmer der indischen Filme finden sich zum Großteil im Großraum Asien, in Afrika und der ehemaligen Sowjetunion.

Indien spricht ungefähr 200 Sprachen, davon sind 18 staatlich anerkannt. Die am häufigsten vorkommende mit 40 Prozent ist die Sprache Hindi. So werden Filme in Indien in dieser Sprache produziert und diese als Hindifilme bezeichnet. Hindi wurde gewissermaßen erst richtig zur Landessprache und das erklärt, warum diese von einem Großteil der Bevölkerung gesprochen wird. Die drei häufigsten Sprachen neben Hindi sind Bengali, Telugu und Tamil (vgl. Pestal 2007, S. 27).

Allerdings kam in den 90er Jahren mit der Synchronisation eine Wende, denn diese löste die „starre Grenze zwischen Hindifilm und allen anderen Produktionen“ (Uhl und Kumar 2004, S. 123) auf. „1964 bemerkte sogar ein Report

für die UNESCO „Report on Indian Cinema“ von Jerzy Toepliz den immensen Einfluss, den das Bombay Kino auf die Sprache Hindi hat“ (Uhl und Kumar 2004, S. 123).

Einer der bekanntesten indischen Bollywoodstars, Sha Rukh Khan, sagte einmal:

„Ich fände es gut wenn wir so groß würden wie Hollywood. Aber wenn man jemanden, sagen wir Goliath, etwas entgegensetzen kann, dann klingt es doch besser, wenn man David genannt wird, und nicht Doliath“ (zitiert nach Pestal 2007, S. 28).

3.4 Hollywood vs. Bollywood

Wurden nun der indische Film und das Kino in Indien von mehreren Seiten betrachtet, scheint die Frage *Bollywood oder Hollywood - Wer hat den größten Erfolg?* angemessen.

Still und heimlich, also überhaupt nicht typisch indisch, hat sich Bollywood einen Platz in den westlichen Kinos ergattert.

Ab Mitte der 90er erlebten die Filme einen internationalen Boom. „*Kabhi Kushi Kabhie Gham*“ und „*Veer-Zaara*“ spielten in Nordamerika etwa 3 Millionen Dollar ein. „*Rang De Basanti*“ erreichte 2,2 Millionen. Laut Nielsen wurden in England 74 indische Filme im Kino gezeigt. „*Westliche Kritiker haben sich lange schwer getan mit Bollywood, und das indische Kino spaltet immer noch die Szene: Eskapismus, finden die einen, ein soziales Phänomen die andren; inzwischen schon überschätzt, meint die dritte Fraktion*“ (Heintze 2010, S. 20). Für die Westler scheint es eine immer gleiche Geschichte: „*Junge liebt Mädchen, kriegt sie nicht, kriegt sie doch*“ (Heintze 2010, S.23). In Deutschland war

„*Kabhi Kushi Kabi Gam*“ der erste Bollywoodfilm der im Jahr 2003 im Kino gezeigt wurde (in Indien erschien er 2001). Doch was Bollywood angeht herrschen (immer noch) Ignoranz und Vorurteile in Europa und Amerika. Das Genre entspricht einfach nicht den Kriterien des europäischen Kunstkinos (vgl. Tieber 2006, S. 59), obwohl sich das Interesse bereits verstärkt hat (vgl. dazu die Statistiken von Pestal 2007,). Aber mittlerweile sucht Hollywood nach neuen Stories und Möglichkeiten und orientiert sich dabei, wie bereits in der Vergangenheit, an Bollywoodelementen. Die Standardbausteine eines Bollywoodfilms - Aktion-, Liebes-, Gesangs- und Tanzszenen, Kampf- sowie Comedyszenen - scheinen doch viel mehr herzugeben als bisher angenommen.

Die Frage Hollywood vs. Bollywood kann aber nicht nur die Expansion des indischen Films betrachten. Nein, auch der Einzug des amerikanischen Films in Indien muss hier betrachtet werden. In den 90er Jahren öffnete Indien seine Tore für die internationalen Märkte. Das führte zu einer wachsenden Zahl von westlichen Filmen auf indischen Kinoleinwänden. Ausländische Filme wurden bis zu diesem Zeitpunkt noch untertitelt gezeigt, aber in der ersten Hälfte der 90er wurden einige Blockbuster synchronisiert. Für den Subkontinent war das etwas vollkommen Neues. „*Jurassic Park*“ (1992), „*Aladdin*“ (1992), „*Speed*“ (1994) und „*Twister*“ (1996) waren die ersten Filme denen das indische Publikum vorgeführt wurde. Die englischsprachigen Filme, die in den Kinos laufen, werden meistens von der gebildeten Mittelklasse und der Oberschicht gesehen. Trotz des Interesses an den westlichen Produktionen werden diese weniger besucht. Das kann zum einen daran liegen, dass der Kinobesuch eines westlichen Films in Indien teurer ist – der Unterschied beträgt ca. 25 Rupien, und zum anderen aber auch daran, dass die westlichen Filme einen anderen Aufbau haben. Filme können einfach nicht so sehr miterlebt werden und vor allem mitgestaltet werden wie die Indischen. Und dies ist ein Charakteristikum des

indischen Films. Ein weiterer hier nennenswerter Unterschied ist, dass im westlichen Film der Schauspieler so tun muss, als wäre die Kamera gar nicht da und somit auch nicht das Publikum. Im indischen Film allerdings wird direkt in die Kamera geschaut, man spielt mit dem Zuschauer und er wird mit einbezogen. Der ganze Aufbau ist im indischen einfach anders. Und das ist das Erfolgsrezept, genau das lieben die Inder. Es wird ihnen so das Gefühl vermittelt, ein Teil vom Film zu sein, ein Star für eine Vorstellung. Inder wollen sich von einem Film eben dahin bringen lassen, wo der Alltag weit, weit weg ist. Auch die Kinosäle in den jeweiligen Ländern unterscheiden sich. In den USA kommen auf eine Millionen Zuschauer etwa 117 Kinosäle, in Indien stehen den Millionen Menschen nur 13 Säle zur Verfügung. Dafür sind die Kinos dort meist größer und haben den Luxus einer größeren Leinwand (vgl. Tieber 2006, S.13).

Eines ist klar. Ein eindeutiger Sieger kann nicht bestimmt werden, auch wenn im Jahr 2002 bei Bollywood eine jährliche Wachstumsrate von 12,6 % zu verzeichnen war und Hollywood im Vergleich nur 5,6 % aufweisen kann (vgl. Kripalani 2002). Denn an sich sind beide Filmgiganten gar nicht miteinander vergleichbar. Jeder berücksichtigt die Interessen seiner Zuschauer und will große Gewinne erzielen und jeder möchte durch den Kinobesuch dem Publikum beste Unterhaltung bieten. Nur könnte genau im letzten Punkt der Unterschied von Hollywood und Bollywood nicht weiter auseinander klaffen.

Technisch waren die Filme immer komplett anders gestaltet. Während Hollywood einen unsichtbaren Stil vorzog, konnte es Bollywood gar nicht extrovertiert genug sein. In Indien wollte man eine Geschichte erzählen und nicht die Realität so täuschend echt wie möglich zeigen.

Auch wenn Indien sich von den Hollywood-Filmen distanziert und wenig beeindruckt zeigt, so ist trotzdem ein westlicher Einschlag in den Bollywoodfilmen nicht zu verkennen und nicht mehr weg zu denken. Witz, Charme und

Frechheit und die Freizügigkeit mit der die weiblichen Schauspielerinnen sich zeigen ist keinem traditionellen Film entsprungen.

Sicherlich wird sich der indische Einfluss wohl nie ändern und das soll er auch nicht. Weinende Männer, melodramatische Attitüden, Kitsch und Tanz, genau das will ein jeder sehen und genau das lieben die Inder an ihren Filmen. *„In einem Land mit mehr als 20 Amtssprachen und 2000 Dialekten, mit Dörfern, in denen das Kastensystem noch zum Alltag gehört, da ist all so etwas nur auf der Leinwand möglich“* (Heintze 2010, S.24)

In den letzten Jahren konnten Indien und Bollywood erheblich an Präsenz dazu gewinnen. *„Indiens Traumfabriken erobern die Welt“* (Follath 2006, S. 131). Indien hat einen Marktwert und sein Ansehen hat sich gesteigert. *„Indien ist In“* (Pfeiffer 2006). Nie war man im restlichen Teil der Welt, vor allem in Europa, Indien so nah, auch wenn sich dabei zur Zeit meistens alles um Mode dreht. Ein regelrechter „Indienhype“ ist ausgebrochen. Die Studie „Foresight 2020“ besagt, dass beinahe 40 Prozent des weltweiten Wirtschaftswachstums in den nächsten 15 Jahren aus China (27 Prozent) und Indien (12 Prozent) kommen werden. Schon im Juni 2006 berichtete der ORF über diese Studie und teilte mit, dass die Länder zusammen mit den USA im Jahre 2020 die Weltwirtschaft beherrschen (vgl. Pestal 2007, S. 26).

4 Besonderheiten der indischen Filmindustrie und des Films

„Well, who needs the truth? Give us any day the shadows on the white screen in a dark hall telling us tales written in light and time. Tales of heroism and cowardice, love and hate, justice and inequity, of ordinary people in extraordinary circumstances. And if it is a Hindi film, give us the glycerine, and the trees to dance around, the white saree in the artificial rain, and the rising crescendo of a hundred violins” (vgl. Deb 2003).

J.F. Mandan aus Kalkutta legte mit einem Kinozelt den Grundstein für das spätere Vorführ- und Vertriebsimperium. Er erkannte das volle Marktpotenzial der neuen Technologie. Mit dem Vertrauen in die Menschen und ihr Wille ins Kino zu gehen und Filme zu gucken, eröffnete er 1907 das erste Lichtspielhaus, den „Elphinstone Picture Palace“. Es war das erste Kino, welches Tonfilm zeigen konnte.

Das Zeitalter „Indischer Film“ begann, denn da gab es zum einen die, die wie Phalke die Sehnsucht zum Drehen von Filmen gepackt hat, und zum anderen eben Leute, die reges Interesse am Schauen von Filmen hatten. Doch nicht alle sahen im indischen Film nur Gutes. Nachdem Indien seine Unabhängigkeit erlangt hatte, verbot der erste Ministerpräsident Indiens, Jawaharlal Nehru (Wikipedia: Jawaharlal Nehru, 25.07.2010), 1948 beispielsweise den Bau neuer Kinos und löste das erst 1956 in Bombay auf. Er vertrat die Ansicht, dass der *„Mainstream-Hindifilm [...] nicht das Medium [war], von dem die Formung des neuen indischen Menschen erhofft wurde“* (Uhl und Kumar 2004, S. 127). Und der Film *„lediglich [...] eine Form der Unterhaltung sei [...] eine gesellschaftlich wenig wünschenswerte [...]“* (Uhl und Kumar 2004, S. 127). Doch nur durch Aufklärung und Bildung der Menschen konnte es zu Fortschritt kommen. Diese

Ansicht hatte zur Folge, dass im Zweiten Weltkrieg der obligatorische Vorfilm eingeführt wurde und bis heute existiert (vgl. Wildermuth 1991, S.15) Es hat sich daraus folgend ein enormer Dokumentarfilmsektor entwickelt.

4.1 Wurzeln und Einflüsse

Blickt man zurück auf die 5000 Jahre alte indische Kultur und ihre Entstehung, wird vieles verständlicher.

Raghunath Raina schreibt davon, dass *„das indische Kino eine Montage verschiedenartiger Einflüsse und ein vielschichtiges Konglomerat ästhetischer Wertvorstellungen“* (Raina 1986 aus Gupta S. 29) ist.

Nicht nur die über 2000 Jahre alten Sanskrit-Dramen, das kaleidoskopische Volkstheater, die große Epen Ramayanas und Mahabharata, die allgegenwärtig sind in allen indischen Kunstformen prägten die Entwicklung des indischen Kinos (vgl. Raina 1986, S. 29), sondern auch das Theater allgemein, der Tanz, die Musik und die Malerei haben einen enormen Einfluss auf die indische Filmkultur ausgeübt.

„In Mumbai, dem Zentrum des Theaterlebens, gab es etwa 20 Bühnen. Die Premieren waren Monate vorher ausverkauft, und ganze Familien reisten tagelang aus der Provinz nach Mumbai oder in andere Großstädte, um eine Vorstellung zu erleben“ (Alexowitz 2003, S.36).

Zunächst wurden lediglich Theaterstücke abgefilmt. In Bengalen und Maharashtra prägte das Theater den Film am meisten. Der Hindi-Film, welcher später als „allindischer Film“ bekannt sein wird, hat seinen Ursprung in Bombay und orientierte sich am Parsi-Theater (Raina 1986, S. 31).

Alle Einflüsse die sich seit der Entstehung des Kinos auf die Filmentwicklung auswirkten bzw. sich während der Zeit aufgetan haben, sind nicht nur indischer Natur. Gerade die Filmproduktionen in anderen Ländern waren Vorbild. Zum Beispiel hatte Hollywood zur damaligen Zeit einen großen Einfluss auf das Studiosystem und „mit dem Zweiten Weltkrieg fasste dann auch das Konzept des Stars auf indischem Boden Fuß“ (Uhl und Kumar 2004, S. 31). In Indien hat ein Schauspieler einen derart hohen Stand, was fast an einer gottähnlichen Verehrung gleicht (siehe dazu Punkt 5. Das indische Starsystem).

Religion und ihre Götter haben und hatten in Indien einen enormen Einfluss auf das Leben der Bevölkerung. Es ist daher nur zu verständlich, dass auch bei der Entwicklung des Films Götter und Glaube eine Rolle spielen. *Brahma*, der Schöpfer des Universums, und *Indra*, der Gott des Himmels, sind diesbezüglich unbedingt zu erwähnen. *Indra* hatte um eine Unterhaltungsform gebeten, die alle Menschen – unabhängig ihrer Kaste - hören und sehen können. Folgedessen schuf *Brahma* den *Natyaveda* – das Heilige Buch der Dramaturgie. Dieses Buch beinhaltet vier wesentliche Elemente: Sprache, Gesang, Tanz und Mimenspiel. Barath Muni ², definierte den Dramenbegriff genauer und berücksichtigte die hinduistische Lebensweise. Im Unterschied zum griechischen Drama, welches für das Europäische den Ursprung bildet (hier widerfährt dem Held fast immer eine Tragödie), darf in den indischen Filmen der Held nie mit einer Niederlage oder dem Tod enden, sondern er muss über alle Widrigkeiten triumphieren. Und es wurde die Basis für heute noch gültige Regeln beim indischen Film geschaffen (vgl. Rania 1986, S. 24-26).

² “Barath Muni was an ancient Indian musicologist“ (Wikipedia: Barath Muni, 26. Juli 2010) - was so viel bedeutet wie, er war ein historischer indischer Musikwissenschaftler.

„Das Kino ist eine *„Form der Unterhaltung“*, die *„allen gemeinsam ist“*, die *„Sprache, Gesang, Tanz und Mimenspiel“* enthält, *„reich an vielfältigen Gefühlen“* ist und in welcher alle Konflikte eine harmonische Auflösung, ohne Niederlage oder Tod des Helden, erfahren“ (Rania 1986, S. 30). Seit den 90er Jahren ist das-Zur-Schau-stellen von Luxusartikeln ein gängiges Merkmal geworden. Während die Protagonisten reicher werden, verschwinden die ärmeren Schichten aus dem Hindi-Film zusehends. Auch das Äußere der Darsteller hat sich verändert. Der Star trägt jetzt körperbetonte, westliche Designer-Mode und nur noch zu bestimmten Anlässen die traditionellen Gewänder wie zum Beispiel das Sari (vgl. Tiber 2007, S. 38). Der Körper wird zur Schau gestellt, ob mit hautengen Oberteilen oder gar einmal Oberkörperfrei. *„[Diese] Entwicklung des indischen Selbstbewusstseins lässt sich anhand der Filme des Landes nachverfolgen – Filmen, in denen ein Weg gesucht wird, das Erbe einer fünftausendjährigen Kultur, zweihundert Jahre britischer Herrschaft und von fünfzig Jahren nationaler Souveränität für die Gegenwart fruchtbar zu machen“*(Tiber 2007, S. 122).

4.2 Musik und Tanz als Basiselemente des Films

Musik und Tanz haben seit jeher in Indien eine große Bedeutung. Im Filmsektor wird dieses charakteristische Merkmal mit dem Begriff song-and-dance-sequenzen ausgedrückt. *„Song and dance sequences‘ sind unverzichtbarer Bestandteil eines jeden auf die breiten Massen zielenden Hindi-Films“* (Uhl 2004, S. 22) Und da sind sich viele einig, dass ein Film auch nur von einer breiten Masse gefeiert wird, wenn gesungen und getanzt wird (vgl. Uhl 2004, S.22). Der Tanz spielte in jeder indischen Kunstrichtung eine erhebliche Rolle. Auch

der Musik wurde schon immer ein besonderer Stellenwert zuteil. Sie nimmt im Leben der Inder einen wichtigen Platz ein, im Alltag sowie natürlich in Glaubensritualen. Folglich ist es ganz selbstverständlich, dass auch im indischen Film Gesang und Tanz nicht fehlen dürfen (vgl. Uhl und Kumar 2004, S.22). In der Regel gibt es in den indischen Filmen fünf bis acht Gesangs – und Tanzszenen, die etwa fünf bis zehn Minuten andauern. Die Musik ist mit das Wichtigste in einem Bollywoodfilm, und viele Zuschauer machen es von der Musik abhängig, ob ein Film gut oder schlecht sein wird und, ob sie sich den Film ansehen. Der Soundtrack zum Film erscheint in der Regel zwei bis drei Monate im Voraus. Bis heute kommt es vor, dass sich Kinobesucher einen Film nur wegen der Songs mehrmals ansehen. Also ist es schwer zu sagen, ob der Filmemacher den größten Ruhm ernten sollte oder ob er nur zweitrangig daran beteiligt war. Die Komponisten jedenfalls haben in Indien einen erheblich großen Anteil am Erfolg. So manchen „Westler“ wird das ständige Gesinge und Getanze nach dem dritten Song vielleicht nerven, aber diese Einschübe bieten dem Zuschauer einen Ausstieg aus dem bisher Geschehenen und „*eröffnen emotional assoziative Gestaltungsräume*“ (Uhl und Kumar 2004, S. 23). Durch das Singen und Tanzen zeigen die Schauspieler dem Zuschauer zum Beispiel ihre Wünsche für die Zukunft, die Träume der Vergangenheit, aber auch ihre Ängste (vgl. Uhl und Kumar 2004, S. 23 f).

Die Komponisten und Texter „*sind in keiner engeren Weise in den Ablauf der Produktion eingebunden. Sie arbeiten vielmehr separat an der Musik und den Liedtexten [...]*“ (Uhl und Kumar 2004, S.24). Ein detailliertes Drehbuch, was beim Komponieren der Musik helfen könnte, die Emotionen des Films durch die Musik besser auszudrücken, gibt es meist nicht. Der Regisseur bespricht sich vorab mit den Musikmachern, aber ein Script ist im Normalfall nicht vorhanden. Dies ist sehr charakteristisch für den indischen Film.

Ein weiteres markantes Merkmal ist der Playbackgesang. In allen Filmen wird seit dieser Erfindung in den 30er Jahren diese Methode verwendet. Dabei gibt es nur wenige Künstler, die den Schauspielern ihre Stimme leihen können. Dies führte dazu, dass die gleiche Stimme in diversen Filmen zu hören war. Es muss also darauf geachtet werden, dass Dialekte, Musikstile, Alter der Stimme usw., sich abwechseln. Jedoch muss dem Zuschauer des indischen Films klar sein, dass die Filmsongs nichts mit der klassischen Musiktradition Indiens zu tun haben. Sie sind vielmehr eine eigene Gattung, die in Indien sehr beliebt ist und immer populärer wird. Zwar verfügen die Sängerinnen und Sänger über eine klassische Musikausbildung, jedoch entwickelte sich eine Vermarktungsstrategie, die es schafft, ein Land wie Indien eine Gemeinsamkeit zu geben, nämlich die Musik. (vgl. Uhl und Kumar 2004, S.26f).

Zu Musik, Tanz und Kino in Indien gehören in diesem Zusammenhang auch die großartigen Bildaufnahmen. So entstand beispielsweise in den 60er Jahren ein Trend im indischen Kino: das Drehen im europäischen Ausland. Metropolen und Sehenswürdigkeiten und vor allem die Berge in der Schweiz wurden zur Kulisse. Die exotischen Landschaften sollen dem Zuschauer ein Gefühl der Glückseeligkeit verleihen.

Auch atemberaubende Kostüme sollen begeistern und dienen im indischen Film der Abhebung vom eigentlichen Geschehen. Uhl schreibt in dem Buch „Indischer Film“ von „visuell offensichtlichen Diskontinuitäten“ (Uhl und Kumar 2004, S. 25). Kleidungswechsel, Ortswechsel, ausgefallene und bunte Kostüme prägen den indischen Film ebenso wie seine Tanz und Musikeinlagen (vgl. Uhl und Kumar 2004, S.25).

Uhl schreibt davon, dass sich die Song-and-Dance-Sequenzen je nach angelegtem Maßstab sehr unterschiedlich sehen lassen (Uhl und Kumar 2004, S. 26). *„Was einerseits als gestalterische Freiheit verstanden werden kann, die*

assoziative Räume für die audiovisuelle Ausgestaltung von Gefühlszuständen schafft, lässt sich auch als ein partieller Autismus innerhalb der Abfolge eines Films sehen. Hier gibt es große, eigenständige Elemente im Film, die sowohl in der Produktion, als auch in der Dramaturgie und ebenfalls in der Rezeption mit der filmischen Narration brechen und eine dominante Eigenständigkeit entwickeln“ (Uhl und Kumar 2004, S. 26) und auch Alexowitz betont ausdrücklich, dass jene Sequenzen so produziert werden, dass die für weitere Vermarktungszwecke genutzt werden können (vgl. Uhl und Kumar 2004, S. 26 und Alexowitz 2003 S. 73).

Song-and-Dance-Sequenzen sind eine Besonderheit des indischen Films und Kinos. Uhl und Kumar bezeichnen sie sogar als „*besonders interessanten Ansatzpunkt*“ (Uhl und Kumar 2004, S. 27). So ist es eine Symbiose aus Musik, Tanz und Inhalt, die Zuschauer abermals in die Kinos lockt und sie erreicht, dass die Inder während des Films und danach ihre Emotionen zeigen und zufrieden das Kino verlassen.

4.3 Inhalte der Filme

Die Themen des indischen Films sind vielfältig, auch wenn es auf den ersten Blick oft nicht so scheint. Liebeshochzeiten, Freundschaften zwischen Menschen unterschiedlicher Kasten und Religionen. Dieses eintönig und öde erscheinende Themenportal war nicht immer so. In den 40er Jahren begann die Kinotradition mit großen sozialen Themen Indiens: Armut, Generationskonflikt, Menschen in Stadt und Land. In den 60ern begann der Fokus auf das faszinierende Motiv. Erst in den 70er Jahren erfolgte eine endgültige Wende. Es wurde alles bunter, die Handlung wurde reduziert und viel Tanz trat in den Vor-

dergrund. In den 90er Jahren dann änderte sich die Filmsituation langsam wieder. Mit dem Film „*Lagaan*“ hat Indien in Sachen Film wieder einen ganz anderen Kurs eingeschlagen. Und zwar beschäftigt sich der indische Film inhaltlich nun wieder häufiger mit Fragen und Konflikten, die in der indischen Gesellschaft zu thematisieren sind. Häufig wurde der Film Auslöser für anschließende Diskussionen über „*gesellschaftlich [relevante] Themen wie Drogen, Kastenwesen, Gewalt und Nationalismus*“ (Uhl und Kumar 2004, S. 121). Schon immer war der Film in Indien „eine Angelegenheit des öffentlichen Interesses“ (Heintze 2010, S.122). Der Hindifilm als solcher gilt als „*landesweites Kosumgut*“, als „*wahrer Vereiniger der Nation*“, indem es immer um die „*indische Identität*“ geht (Heintze 2010, S. 122).

Inwieweit vertragen sich nun aber Realität und Zauber?

Betrachtet man sich die gesellschaftliche Lage in Indien, wie Arbeitslosigkeit, Armut oder Umweltverschmutzung, so ist es kein Wunder, wenn sich die Bevölkerung keine realistischen Filme auf der Leinwand ansehen möchten. Kinobesucher möchten die Wirklichkeit vielmehr hinter sich lassen.

War das Kino zu Beginn seiner Entwicklung etwas, was vornehmlich nur die unteren Klassen ansprach, so fand nach und nach auch die Mittelklasse Gefallen daran: Ein Kinobesuch als Möglichkeit zur Flucht, zum Träumen, zur Ablenkung. Der Publizist Stefan Klein findet hierfür treffende Worte:

Kino – „*ein Ort wo man vergeblich nach Wahrheit sucht*“ (bpb Artikel von Klein 2008).

Allerdings ist der Kinobesuch für viele Inder leider zum Luxusvergnügen geworden und somit zu teuer für die Masse der Gesellschaft. War früher eine Vorstellung schon für wenige Rupien erschwinglich, so kostet heute eine Eintrittskarte ca. 80 Rupien, was umgerechnet 1,36 Euro (Umrechnungskurs, www.coinmill.com) beträgt. Ein durchschnittlich verdienender Inder bekommt im

Monat ca. 600 Rupien. Das bedeutet also er muss vier Tage für den Eintritt ins Kino arbeiten. Da ist es, wie in Gliederungspunkt 3.2 (Der Kinobesuch – Ein Erlebnis) zu lesen war, nachvollziehbar, dass Kino zum Highlight und durch Berichte und Musik im Radio zum Familienerlebnis wird.

Realität in Indien ist aber auch, dass viele der reichsten Menschen der Welt nur einen Katzensprung weit von Slums entfernt wohnen und die Inder damit umzugehen haben. Betrachtet man diesen Umstand, so kann es für den ärmeren Teil der Bevölkerung fast als eine positive Wandlung bezeichnet werden, dass die neuesten Blockbuster – sprich aktuelle Filme - einfach von kleinen privaten Kabelsendern ausgestrahlt werden. In Indien besitzen 52 Millionen Haushalte einen Fernseher. (vgl. Berthold und Dugar 2009, S. 32). Was natürlich nicht bedeutet, dass jeder auch einen eigenen Anschluss besitzt. Oft wird einfach der Strom von den Nachbarn angezapft (vgl. Berthold und Dugar 2009, S.32). Diese Entwicklung schadet wiederum der Kinoaushwertung extrem. Den Slumbewohnern eröffnet das Fernsehen allerdings einen Blick in ihre Traumwelt.

„Solche Gegensätze könnte eine Gesellschaft auseinander reißen – Filme wirken da wie Kitt“ (Heintze 2010, S. 120).

„So sehr der Trend zurück zum Familienkino und hin zu den Kultstätten von Konsum und Luxus die Jahrtausendwende im indischen Kino charakterisiert, so ist diese Beschreibung unvollständig. Verändert hat sich auch die Art und Weise, in der Charaktere im Kino präsentiert werden. Es hatte sich über lange Zeit eingebürgert, die liebenswerten und hassenswerten, aber im realen Leben nicht vorstellbaren Figuren des indischen Kinos als ‚filmi‘ zu bezeichnen – eine Bewertung, die mitunter auch für die Wohnungseinrichtung von Neureichen verwandt wurde. Genau dieses Prädikat aber haben die Akteure des Mainstreamkinos in der jüngsten Vergangenheit abgelegt. Die Protagonisten

der Leinwand haben sich verändert. Wie sich diese Veränderung – gerade in Auseinandersetzung mit ausländischen Einflüssen – weiter entwickeln wird, bleibt abzuwarten.“ (Uhl und Kumar 2004, S. 56)

5 Medien in Indien

Neben dem Kino spielen auch andere Medien im Vielvölkerstaat Indien eine Rolle. Geschätzte 250 Millionen Menschen, das sind ca. $\frac{1}{4}$ der Bevölkerung, sehen in Indien fern. Über 52 Millionen Haushalte besitzen einen eigenen Apparat. Mehr als 40 verschiedene Sender können angeschaut werden. Ist Fernsehen also die Alternative zum Kino?

„Das frühe Kino hingegen war für die Betrachter allein auf Grund ihrer Alltagserfahrungen zugänglich – zum ersten Mal existierte ein Medium, das wirklich die Massen erreichen konnte“ (Tieber 2007, S.114).

1924 wurde die erste Radiosendung mit Namen „ Madras Presidency Club Radio“ ausgestrahlt. 1959 begann alles mit einer der weltgrößten Fernseh- / Rundfunkstation namens Doordarshan. Die Einführung des Kabel- und Satellitenfernsehen begann Ende der 80er und Anfang der 90er Jahre und trieb diese Entwicklung voran. Der erste wirkliche Erfolg der die Menschen von den Straßen vor die Fernsehgeräte brachte, war die Verfilmung des ‚Ramayana‘ Mythos von Ramanand Sagar. In diesem Mythos geht es um Ramas Lebenslauf. Die Entstehungszeit ist bis heute unklar, irgendwann zwischen dem 4. Jh. v. Chr. und dem 2. Jh. n. Chr. ist das Sanskrit Epos entstanden. Es gehört zu den frühesten seiner Zeit.

Die Verbreitung des Videorekorders bedarf in Indien auch eines großen Erfolges. Denn die Technik erlaubte es nun, dass die Inder mit ihren Familienmitgliedern, die in aller Welt verstreut waren, ein Stück Heimat zu schicken. Auch wenn zu Beginn der 90er Jahre eine Medienrevolution stattfand, war das Kino doch immer noch das wichtigste im Leben der Inder. Obwohl sich in einem solchen Land wie *„Indien, wo mehr als ein Drittel der Bevölkerung unter der Armutsgrenze lebt, wo fast die Hälfte der Bevölkerung Analphabeten sind, wo*

private Radios und Fernseher Luxus sind, das Kino das billigste, best zugängliche und effektivste Medium der Massenkommunikation und Meinungsbildung ist“ (Kazmi, Fareeduddin 1998, S.134).

Es scheint fast bewundernswert, wenn trotz aller Einflüsse und Veränderungen Indien sich nicht jedem Trend hingibt und in vielerlei Hinsicht etwas Einzigartiges bleibt. Beispielsweise blieb der Hype, den MTV vielleicht in anderen Ländern bei den Jugendlichen auslöste, in Indien aus. Eine Mitarbeiterin der sendereigenen Marktforschung, sagte *„Anfänglich dachte man bei MTV, Jugendkultur sei eine globale Bewegung. Hip Hop und Piercing, Fluchen und Heavy Metal. Doch die indischen Kids wollen das nicht. Sie mögen keine Rockmusik, sie achten ihre Eltern, und sie ziehen sich gern gut an“*. Also wurde die Strategie des Senders, nur ausländische Videos ins Programm nehmen, wenn diese keine Nacktszenen, keine Schimpfwörter, keine Obszönitäten oder übermäßige Gewalt enthielten.

5.1 Kinoplakate und Werbung

„Dass das Kino allgegenwärtig ist, davon kündeten die schreiend bunten Filmplakate in den Zentren der indischen Großstädte und die hohe Anzahl von Lichtspielhäusern.“ (Alexowitz 2003, S. 17)

In einem Vielvölkerstaat mit seiner Vielzahl von Sprachen, spielen Bilder und Symbole eine noch größere Rolle als in anderen Ländern, das besonders bei der Werbung. Bollywood produzierte die Plakate so riesig, dass sie das Stadtbild und deren Umfeld veränderten und prägten. Aus einigen Städten sind wahrliche Galerien entstanden. In 90 Jahren künstlerischen Arbeitens ist eine

unglaubliche Masse an Bildern entstanden. Es hat sich eine Tradition entwickelt, die regionalbedingte Abwandlungen und Stile hervorbrachte. Heute ist diese Kunst der Plakatmalerei fast komplett ausgelöscht, obwohl noch lange, nachdem im westlichen Ausland schon die Photographie die Malerei ersetzt hatte, in Indien per Handzeichnung gearbeitet wurde. Aber Ende des letzten Jahrhunderts war auch im Subkontinent Schluss. Die digitale Technologie veränderte den Charakter der Bollywood-Bilder zusehends. (vgl. Devraj 2010, S.9)

Die ersten indischen Filmplakate sollen Baburao Painters gestaltet haben und viele andere Künstler, wie z.B. D.R. Bhosle, behaupten aus dieser Feder gelernt zu haben. Die Kunst entfaltet sich erst in den 30er Jahren mit Entstehung eines Studiosystems. Künstler sollten dort Transparente und Plakate malen, doch das System hielt sich nicht lange und so *„bildete sich ein Netzwerk von Malern, Fotografen und Ateliers für Werbetafeln“* (Devraj 2010, S.10).

Populäre Illustratoren und Künstler hielten sich von der unsicheren und unsoliden Filmindustrie fern. Plakatwerbung spielte in Indien eine sehr große und wichtige Rolle, mehr als im Westen, dort entwickelte sich der Trend mehr und mehr zu Radio- und Fernsehwerbung. Bis weit in die 90er Jahre blieb die Plakatwerbung in Indien die günstigste und vor allem effektivste Variante. Die Plakate waren für ein Publikum mit niedrigem Bildungsniveau, also waren gewisse Besonderheiten von Nöten. *„Zum Markt für Hindi-Filme gehören regionale Publikumsschichten mit unterschiedlichen Muttersprachen, die das gesprochene Hindi in gewissem Maße zwar verstehen, nicht aber die Devanagari-Schrift lesen können.“* (Devraj, 2010, S. 16). Man verzichtete also auf Inhaltsangaben, Zitate o.ä., meist wurden nicht einmal die Namen der Stars aufgedruckt. Das gemalte Bild rückte ganz in den Vordergrund. In einem Land, wo in Fan alles über seinen gottgleichen Bollywoodstar weiß, sind Namen wohl tatsächlich gänzlich unwichtig.

5.2 Multiplexe und Stand Alones

Ein Multiplex-Kino ist der „*Typ eines Großkinos, der seit Mitte der 1990er Jahre vor allem in Großstädten betrieben wird. Die Multiplex-Kinos besitzen mehrere Säle für ca. 2000-3000 Zuschauer. Charakteristisch sind sehr großflächige Leinwände, neue Licht- u. Tontechniken sowie Bars, Restaurants u. Fan-shops.*“ So definiert das Universal Lexikon den Begriff (Reader's Digest, Band 12, S.203)

Die Multiplex Kinos in Indien haben bereits einen hohen Anteil an den Kino-Einnahmen, so heißt es in einer Studie des European Audiovisual Observatory (World Film Market Trends, 2006). 2004 und 2005 ist der Kinoerlös der indischen Filmproduktionen um 17 Prozent angestiegen, so wird geschätzt. In den Städten kosten die Tickets mittlerweile sehr viel mehr als auf dem Land, eine Folgeerscheinung des Multiplex-Booms. Der Trend große Kinos zu erbauen ist auch bei uns zu bemerken, warum sollte er also vor Indien halt machen? Die kleineren Kinos, die *stand alones* werden dadurch stark bedroht und das Produktionssystem „Bollywood“, wie Dorothee Wenner 2004 in der TAZ schrieb, auch (vgl. Pestal 2007, S. 39). Während der Kolonialzeit wurden diese Kinos von den Engländern gebaut. Sie besitzen eine Riesenleinwand und oft gibt es einen Balkon im britischen Kolonialstil. Heute sind diese Häuser oft schon sehr heruntergekommen und aufgrund der hohen Vergnügungssteuer, die an den Staat abgegeben werden müssen, bleibt kein Geld für Sanierungen. Das Geld was der Staat von den Kinobetreibern bekommt, fließt in Indien nicht in die Förderung der Filmindustrie, obwohl sich das doch sehr lohnen würde, bei 800 bis 1000 Filmen pro Jahr. „*Multiplexbetreiber zahlen umgekehrt in den ersten vier Jahren nach der Eröffnung gar keine Vergnügungssteuer und werden so indirekt subventioniert.*“ (vgl. Pestal 2007, S.39)

Durch den Multiplex – Boom kann sich ein Großteil der Bevölkerung in Indien keine Kinobesuche mehr leisten. Der Eintritt kostet in diesen Häusern bis zu 180 Rupien (ca. 3 Euro). Früher belief sich der Preis für eine Kinokarte auf 2, 3, 10, 15 oder 20 Rupien (vgl. Pestal 2007, S.39). Die ärmeren Bevölkerungsschichten gehören also nicht mehr zur Zielgruppe Bollywoods. Durch diesen Wandel kann kaum noch profitabel gearbeitet werden. Die Menschen finden sich daher in Gruppen zusammen und schauen gemeinsam auf Fernsehgeräten Raubkopien oder illegale Ausstrahlungen auf Telekabelsendern. Das Fernsehen entwickelt sich also zur alternativen Unterhaltungsform (vgl. Pestal 2007, S. 40). Die Filmpolitik fördert die Multiplexe und denkt nicht an die filmbegeisterte, aber doch einkommensschwache Bevölkerung, was so zum Ausschluss dieser Gruppe führt. Schon seit den 90ern bemerkt man diesen Wandel. Auch in Hollywood beobachtet man die rasanten Veränderungen der indischen Unterhaltungsindustrie mit größtem Interesse. *„Die Multiplexbranche bietet für clevere Investoren Chancen in vielerlei Hinsichten. Sie setzen auf den Neubau von Multiplexen, die sie mit politischer Rückendeckung als Steuerabschreibungsmodelle konzipiert haben, was ihnen einen uneinholbaren Wettbewerbsvorteil gegenüber den stand-alones verschafft. In den nächsten fünf Jahren sollen im Land etwa 1000 neue Multiplexe gebaut werden, die, wie auch bei uns, gemeinsam mit Restaurant und Shopping-Malls konzipiert werden.“* (Pestal 2007, S. 40). Die Kehrseite der Medaille ist allerdings, dass die Multiplexe *„mehr Filmauswahl bieten und auch andersartigen Filmemachern eine Heimat geben“* (ishq Juli 2010, S.21) verteidigt der Regisseur von „Udaan“ Vikramaditya Motwane.

Es gibt in Indien auch so genannte „Wanderkinos“, da es in den Dörfern keine Kinos gibt. Mit einem Projektor und einer Leinwand im Gepäck reisen die

Vorführer von Ort zu Ort (vgl. Torgovnik 2003, S. 105). So wird die Kinowelt in die 600 000 Dörfer gebracht und den Menschen Freude bereitet.

5.3 Das indische Starsystem

„*Das Image eines Stars wird fast ausschließlich über seine Filme konstituiert*“ (Tiber 2007, S.95). Somit wird der Star zum wichtigsten Unterscheidungs- mittel eines Films vom anderen. Ein Star ist neben der Musik der wichtigste Kritikpunkt im Film, ob der Streifen also floppt oder ein Erfolg wird. Meist haben die Schauspieler auch mehrere Produktionen gleichzeitig auf dem Zettel. Sie spielen in jedem Genre mit, egal ob Komödie, Actionfilm oder Tragödie, ein indischer Schauspieler legt sich nie fest. Ein männlicher Darsteller wird in Indien am höchsten gehandelt, sie haben den höchsten Marktwert und die Gagen sind dementsprechend hoch. Wie in jeder anderen Branche in Indien, bekommen auch in hier die Frauen höchstens die Hälfte von dem, was ein Mann verdient.

Der Erfolg eines Films hängt nicht nur mit der Musik zusammen, wie oben dargelegt wurde, sondern auch damit welcher Schauspieler für eine Rolle besetzt wird. Wer für welche Rolle besetzt werden soll, ist also essentiell für den Regisseur und seinen Film. Zum Beispiel wurde in Indien auf das Filmplakat von „*Slumdog Millionaire*“ der Schauspieler Anil Kapoor, der die Rolle des „Wer wird Millionär“ Moderators verkörpert, gesetzt, weil dieser in Indien ein bekannter Bollywoodschauspieler ist und sonst bis dato niemand der Protagonisten einen Namen in Indiens Filmwelt hat.

Die Inder verehren ihre Stars wie ihre Götter: Sie identifizieren sich mit Filmhelden, eifern ihnen nach. Stars werden hier also viel mehr verehrt als in

Europa oder auch in Hollywood. Man kennt ihre Adressen, findet ihre Telefonnummern leicht. Ihre Gesichter schauen überall von Plakaten und anderen Werbungen.

Für einen Schauspieler ist es nicht unüblich in die Politik zu gehen, wie z.B. Amitabh Bachchan, der Star aus früheren Filmen. Das Publikum wählt die Schauspieler, die auch positive Eigenschaften als Filmhelden verkörpern, oft in Parlamente oder andere Posten, auch wenn sich dann herausstellt, dass sie in ihren Aufgaben scheitern. Man trennt Film und Realität nicht. Die Stars bestimmen also schon von vornherein den Erfolg eines Filmes und Produzenten sowie Regisseure, zum Beispiel besetzte der Regisseur Sanjay Leela Bhansali die Rolle eines Taubstummen mit dem beliebten Star Nasreen Kabir. Doch die Zuschauer wollen ihren Star sprechen hören und schreien das in den Saal. Der Protest ist so groß, dass das Publikum davon läuft. (vgl. Uhl und Kumar 2004, S.104).

Für Neulinge ist das ein harter Kampf, denn jeder will ein Star werden. Es sei denn, man kommt aus einer Stardynastie. Für einen Drehbuchautor ist zu bedenken, wie stark er also bei Starbesetzung Einfluss auf ganz Indien haben kann.

Wer es sich also leisten kann, lässt so viele bedeutende Filmstars wie möglich auftreten. Ein Film lebt auf Grund dieses Starkultes nicht mehr nur von der Handlung, sondern auch von der Besetzung.

Die meisten Kinos zeigen einen Film erst gar nicht, wenn kein bekannter Darsteller agiert, denn das Publikum entscheidet, wer in Bollywood ein Star ist. „*Der Star ist der wichtigste Faktor bei Produktion, Vertrieb und Vorführung.*“ (Tiber 2007, S.95). Verträge, die in Bollywood mit den Hauptdarstellern geschlossen werden, beruhen meist nur auf mündlichen Vereinbarungen. Besonders in Südindien werden die Stars aus den Filmen wie Götter behandelt und

es werden ihnen sogar Tempel errichtet. Den Filmstars ist, was die öffentliche Moral betrifft, mehr erlaubt als jedem anderen Menschen in Indien. Es ist leichter für eine Frau innerhalb der Filmindustrie Karriere zu machen. Hier können sie als Regisseurinnen oder Choreographinnen erfolgreich werden. Affären von Bollywoodstars wurden in Indien akzeptiert, obwohl sie, besonders Frauen, dabei mit schlimmen Folgen rechnen müssen.

Die Äußerung von Regisseur Shyam Benegal deuten jedoch an, wie ernst die Schauspieler selber den Starkult nehmen und sogar ausnutzen. Er meint: *„Die Schauspieler neigen dazu, ihre Person als übertrieben wichtig hinzustellen. Sie fühlen sich weder verpflichtet, ihre Pläne einzuhalten, noch haben sie die leisesten Gewissensbisse, wenn sie einen Termin platzen lassen. Das erinnert ein wenig an erfolgreiche Politiker. Auch sie scheinen den normalen Regeln nicht zu folgen.“* (Benegal 1999, S. 186)

Es gelingt den meisten Zuschauern nicht, die Realität von der Handlung der Filme zu unterscheiden. Viele glauben wirklich, dass gewisse Schauspieler über übersinnliche Fähigkeiten oder bestimmte Charaktereigenschaften verfügen und sind deshalb große Anhänger dieser Person. Manchmal ist es nicht der Film an sich, also die Geschichte, die die Schauspieler gern spielen möchten, sondern sie nehmen den Film als ihre Bühne wahr, auf der sie sich dem Publikum zeigen können.

5.4 Der Traum vom Bollywoodstar

Viele junge Menschen haben den Wunsch reich und berühmt zu werden. Sie verfolgen ihren Traum, verkaufen sich dabei, geraten an miese Abzocker und doch zerplatzt am Ende alles wie eine Seifenblase. Dann bleiben die Erin-

nerungen und das Streben nach dem Erfolg und ein Leben ohne Sorgen. Natürlich muss es auch Ausnahmen geben, Menschen die es geschafft haben, sich von ganz unten nach ganz oben zu kämpfen. Das bekannteste Beispiel ist wohl Sha Rukh Khan. Er gehört zu den bekanntesten und teuersten Schauspielern Indiens. Das jüngste Beispiel sind die Kinder aus „*Slumdog Millionaire*“. Sie wurden in ihrer Heimat, dem größten Slum von Mumbai entdeckt und zu kleinen Helden Hollywoods.

„Doch dann begann ich, Serien und Filme [...] zu schauen, und es dämmerte mir, dass es noch ein Leben außerhalb unseres Slums geben muss. Da habe ich angefangen, von einer anderen Welt und einem anderen Leben zu träumen.“ (Berthold und Dugar 2009, Seite 15). Eine Welt außerhalb des Slums hatten sie sich vorher höchstens erträumt, aber das sie wahr werden könnte, vermochten sie nicht zu glauben. Um wenigstens zeitweise dem Slum zu entkommen, besucht man eine Filmvorführung oder es wird der Fernseher eingeschaltet. *„Gar kein Zweifel, das Fernsehen ist das Beste, was wir im Slum haben. Seitdem ich denken kann, verbringe ich so viel Zeit wie möglich vor dem Apparat“* (Berthold und Dugar 2009, S. 32)

Viele Frauen teilen sich extra ihre Arbeit so ein, dass sie Zeit haben, ihre Lieblingsserie zu schauen.

Das Mädchen erzählt weiter, dass sie nur das Kino noch mehr beeindrucke, *„Wenn ich mir dort einen Film ansehe, kann ich alles vergessen. Ich pfeife, und ich weine, wenn der Held mit dem Bösewicht kämpft und am Ende doch alles gut ausgeht. Das macht mich glücklich! So ein Film gibt mir immer das Gefühl, dass auch in meinem Leben sich einmal alles zum Besseren wenden wird“* (Berthold und Dugar 2009, S.33)

Als Zuschauer hat man das Gefühl, selbst im einem Film zu agieren und dass alles, was man sieht, einem selbst passiert. So hat zumindest für ein paar Stunden jeder das Gefühl ein Star zu sein.

6 Schlussbetrachtungen / Fazit

Der Mediendramaturg C. Mikunda meint: *„Nichts ist schlimmer als das Leben nicht zu spüren“* (Mikunda 2006). *„Kino: das ist doch eine Traumwelt! Sagen die Schlaumeier, aber wem hätten sie damit je geholfen? Wer aber ans Kino glaubt, wird selig.“* (Winkler 2002, S.33)

Genau aus diesem Grund finden so viele Menschen Tag ein und Tag aus den Weg in das geheimnisvolle Dunkel des Kinosaaes und lehnen sich zurück in den Sitz, der ihnen für einige Stunden Halt gibt und zum Träumen einlädt. Ein Film vereint Menschen verschiedener Kasten, Religionen und Sprachen in anonymer Dunkelheit (vgl. arte.tv Artikel 2008). Der Mensch vergisst, dass er seinen Nebenmann vielleicht auf der Straße niemals anschauen, geschweige denn auf einer Bank neben ihm Platz nehmen würde. Im Kino gibt es kein Entkommen und es stört sich auch niemand daran. Alle sind aus ein und demselben Grund gekommen, sie wollen weg, raus aus dem Alltag, der ihr ganzes Leben beherrscht.

Die Kinobegeisterung der Inder hält seit Beginn der ersten Vorstellung an. Schon immer haben sich die Menschen dort für Tanz, Musik und Theater interessiert und im Hindi- Film haben sie genau diese Mischung gefunden. Der Aufbau der Filme, wie auch des indischen Theaters lässt sich bis 200 n. Chr. zurückverfolgen. Es sollte eine Unterhaltungsform geschaffen werden, die gleichzeitig hörbar, sichtbar und allen Menschen verständlich sein sollte (vgl. arte.tv Artikel 2008). Krill und Wisser schrieben in einem Artikel: *„Auch wer sich nur mit einem Teilbereich indischer Kultur befasst, kann zu keinem Ende kommen. Zum Beispiel der indische Film: seine Forscher beschäftigt er auf Lebenszeit, [...]“* (Krill und Wisser, arte.tv Artikel 2009). Das Medium hat einen immensen. Einfluß und hat *„[...] mehr als nur die Aufgabe, zu unterhalten: es*

ist eine Institution, die das Land - mit seinen so verschiedenen Interessengruppen – seit der Unabhängigkeit 1947 definiert und zusammenhält.“ (Krill und Wissner, arte.tv Artikel 2008). Natürlich gab und gibt es immer wieder Flauten, was mit den steigenden Preisen und dem Genrewechsel vom typischen Bollywoodfilm zum abgekupferten Hollywoodblockbuster zu tun hatte, aber nichts konnte den Menschen jemals den Spaß am Filmeschauen nehmen. Die Verbindung von Tradition, Moderne und dem scheinbar Unmöglichem lassen die Herzen höher schlagen und die Kinokassen klingeln.

Eine Arbeit zum Thema Indien zu verfassen, beschloss ich schon während meiner Reise durch dieses Land. Es faszinierte mich auf seine einfache, schöne, verquere, erdrückende Art. Das Land und die Menschen sind es wert über sie zu schreiben.

An den Haaren herbeigezogene Liebesgeschichten, herzzerreißende Wiedersehen, das in Erfüllung gehen der absurdesten Träume, das Gute siegt über das Böse. Hier wird sich darauf eingelassen und jeder glaubt für zwei bis drei Stunden an das Unmögliche. Kino in Indien heißt, seine Ansichten zu überdenken und sich einzulassen auf eine Reise in einen anderen Kontinent und die damit verbundene Anziehungskraft einer besonderen Kultur auf sich wirken zu lassen.

„Wer ins Kino geht, ist für die Welt verloren. Was kümmern den Kinogeher die gewöhnlichen Händel draußen, wenn er drinnen vor Schmerz vergeht, [...]. Denn das Kino ist alles, was die Welt nicht ist: Freihafen, Lustrevier, Heimgarten, kurz: das Paradies auf Erden.“ (Winkler 2002, S.1)

7 Quellenverzeichnis

Bücher

Alexowitz, M.: Traumfabrik Bollywood. Indisches Mainstream-Kino. Bad Honnef: Horlemann 2003.

Benegal, S.: Die indische Filmindustrie, In: Riemenschneider, D. (Hrsg.): Shiva tanzt, Zürich 1999,

Berthold, A. und **Dugar**, D. „Rubina Ali „Slumgirl“ Wie mein Traum von Hollywood wahr wurde“, 2009, Knaur Verlag, Originaltitel: De mon bidonville á Hollywood, Originalverlag: Oh! Editions, Paris

Devraj, R. mit **Bouman**, E., Herausgeber Paul Ducan „The Art Of Bollywood“, 2010 TASCHEN GmbH,

Dwyer, R. und **Patel**, D.: Cinema India. The visual culture of Hindi Film. New Delhi 2002

Follath 2006, In: Pestal, B.: Faszination Bollywood. Zahlen, Fakten und Hintergründe zum “Trend” im deutschsprachigen Raum. Marburg: Tectum Verlag 2007

Gregor, U.: Kino in Indien. In: Indisches Kino in Deutschland, anlässlich der Indien-Festspiele September 1991 bis Mai 1992. Eine Dokumentation

Kazmi, F.: How angry ist he Angry Young Man?, In: Nandy, A.: The Secret Politics of our Desires, 1998, S. 134

Kobe, W.: Chronologie des indischen Kinos. In: Kino in Indien. Mersch. Hrsg. Das Gupta, C. Freiburg: Mersch, 1986.

Mikunda, C.: „Brand Lands, Hot Spots and cool Spaces: Welcome to the Third Place and the total marketing experience“, Kogan Page 2006 Wirtschaftsverlag Carl Ueberreuter, Frankfurt/Wien

Nerlich, G.: Indien. Antlitz eines Subkontinents. Leipzig: VEB F. B. Brockhaus 1983.

Pestal, B.: Faszination Bollywood. Zahlen, Fakten und Hintergründe zum „Trend“ im deutschsprachigen Raum. Marburg: Tectum Verlag 2007

Raina, R.: Einführung in die Geschichte des indischen Kinos. In: Kino in Indien. Mersch. Hrsg. Das Gupta und Kobe. Freiburg: Mersch, 1986.

Singh, D. In: Schneider 2001,

Steinborn, G.: Götter und Symbole indischer Religionen. In: „Weltgeschichte“ Band 6. Bertelsmann 1996

Tiber, C.: Passages to Bollywood. Einführung in den Hindi-Film. Filmwissenschaft Band 1. Münster: LIT Verlag 2007

Torgovnik, J: Bollywood Dreams, London 2003

Uhl, M. und **Kumar K. J.**: Indischer Film. Eine Einführung. Bielefeld: transcript Verlag 2004.

Wildermuth : „Filmland Indien: Eine Dokumentation“, Arsenal Verlag 1991

Winkler, W.: „Kino“ Kleine Philosophie der Passion, Kapitel „Beim Film“, Deutscher Taschenbuchverlag, München 2002

Nachschlagewerke

Brockhaus Konversationslexikon, Leipzig 1908, Band 16, 3, 9

Reader's Digest Universal Lexikon 2000 Band 9, Bertelsmann Lexikon Verlag GmbH Gütersloh/München

Weltgeschichte Band 6, Bertelsmann 1996

Wissen Band 9 Copyright 1989 Zweiburgen Verlag GmbH, Weinheim

Zeitschriften

ISHQ Bollywood-Indien-Lifestyle, Juli Ausgabe Nr.35, Herausgeber: Naseem B. Khan, Verlag: Ishq Publishing Group Naseem B. Khan

Heintze, D.: König der Herzen In: epd Film Ausgabe im Juni 2010

Stock, J.: Götter auf der Leinwand. In: GEO Epoche. Das Magazin für Geschichte, Ausgabe Nr. 41, Februar 2010

Internetquellen

TAZ Artikel vom 12. Juni 2010 von Dorothee **Wenner**

<http://www.taz.de/1/archiv/archiv/?dig=2004/05/27/a0244>

Arte.tv Artikel „Bollywood - Gefühle die begeistern“ vom 3. Juni 2010:

<http://www.arte.tv/de/film/bollywood/Kino-in-Indien/780978,CmC=780976.html>

arte.tv Artikel „Kino in Indien“ vom 3. Juni 2010 von Herbert **Krill** und **Daniel** Wisser:

<http://www.arte.tv/de/film/bollywood/Kino-in-Indien/780978,CmC=764472.html>

Stern Online Artikel vom 10. Juni 2010 von Teja **Fiedler** und Swantje **Strieder**

<http://www.stern.de/politik/ausland/indien-planet-zwischen-glanz-und-elend-639873.html>

bpb Artikel vom 25. Juli 2010 von Nadja-Christina **Schneider**

www.bpb.de/themen/IBDE4P,0,0,Medienpluralismus_in_Indien.html

Umrechnungskurs vom 16.08.2010

http://de.coinmill.com/EUR_INR.html#

Internet - Nachschlagewerke

Wikipedia Eintrag: Bharat Muni vom 26.07.2010

http://en.wikipedia.org/wiki/Bharat_Muni, 06.05.2010

Wikipedia Eintrag: Jawaharlal Nehru vom 25.07.2010

http://de.wikipedia.org/wiki/Jawaharlal_Nehru, 20.07.2010

Eidesstattliche Erklärung

Hiermit versichere ich, dass ich die vorliegende Arbeit selbstständig verfasst und keine anderen als die angegebenen Hilfsmittel benutzt habe. Die aus fremden Quellen direkt oder indirekt übernommenen Gedanken sind als solche kenntlich gemacht.

Hamburg, den 26.08.2010 _____